

<<商业银行企业文化>>

图书基本信息

书名：<<商业银行企业文化>>

13位ISBN编号：9787504949622

10位ISBN编号：7504949620

出版时间：2009-3

出版时间：中国金融

作者：陈华蓉 编

页数：170

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<商业银行企业文化>>

内容概要

“企业即人，无人则止”，企业文化是人本的文化。

企业文化也是管理者的文化，是管理者思想道德、价值取向、人生追求、精神面貌、行事方式的体现和浓缩。

企业文化还是道德的文化，体现出企业的道德和社会责任感。

同样地，商业银行的企业文化也是人本的文化、道德的文化和管理者的文化。

商业银行普遍遵循和践行以人为本的理念，普遍重视履行社会责任，文化中浓缩着银行管理者的精神和价值观。

但商业银行的企业文化还具有鲜明的行业特点，同时不乏时代与历史的印记。

尤其在我国，作为金融行业主体的银行业，尽管只经历了短短二十多年的发展历程，但已经形成了诸如“客户至上、诚信为本”等具有明显行业特色的核心理念；由于银行业对国民经济健康、稳定、持续发展发挥着举足轻重的作用，因而其文化还具有稳健的特征；在市场化的背景下，商业银行的文化又增添了进取、创新的时代因子。

正是商业银行文化的复杂与多样，以及现实中这些鲜活、生动的文化创造，成为激发我们写作本书的动力。

本书分三个部分，共十三章。

第一部分（第一章至第五章）主要从文化溯源、核心理念、制度和行为三个层面对商业银行的企业文化进行了梳理、归纳和分析，并用第五章整整一章的篇幅对银行家与行业特色文化之间的关系进行了提炼；第二部分（第六章至第十章）则从信贷文化、风险管理文化、营销文化、服务文化、品牌文化几方面分别呈现了具有鲜活商业银行行业特色的企业文化；第三部分（第十一章至第十三章）重点阐述了企业文化与人才的关系以及商业银行的社会责任，并以商业银行企业文化建设实践作为全书的结束篇章。

<<商业银行企业文化>>

书籍目录

第一章 商业银行企业文化概述 第一节 全球化背景下企业文化的勃兴 第二节 企业文化的中国化审视 第三节 我国商业银行企业文化第二章 商业银行企业文化核心理念 第一节 企业文化的价值观及其确立 第二节 企业文化中的个体与集体 第三节 企业文化的时间化、空间化与整体化 第三章 商业银行制度文化 第一节 商业银行制度文化及其历史演进 第二节 商业银行制度文化变革动因分析 第三节 商业银行制度文化的创新与发展第四章 商业银行行为文化 第一节 商业银行行为文化的内涵 第二节 商业银行行为文化的基本理念 第三节 商业银行行为文化的实践规范第五章 企业文化与企业领导人 第一节 企业领导人与企业文化 第二节 银行领导人与行业特色文化第六章 商业银行信贷文化 第一节 商业银行信贷文化的内涵和作用 第二节 构建商业银行的信贷文化 第七章 商业银行风险管理文化 第一节 风险管理文化建设是商业银行的必然选择 第二节 构建商业银行全面风险管理文化的要点第八章 商业银行营销文化 第一节 商业银行营销与营销文化 第二节 商业银行营销文化的构建第九章 商业银行服务文化 第一节 商业银行服务文化概述 第二节 商业银行服务文化建设方法论第十章 商业银行品牌文化 第一节 商业银行品牌与品牌文化 第二节 商业银行品牌文化建设第十一章 商业银行企业文化与人力资源管理 第一节 以人为本构建核心竞争力 第二节 商业银行人力资源的行业特征第十二章 商业银行的社会责任 第一节 企业社会责任运动 第二节 商业银行的社会责任 第三节 商业银行如何履行社会责任第十三章 商业银行企业文化建设实践管窥 第一节 花旗银行企业文化鉴赏 第二节 中国工商银行企业文化建设实践初探 第三节 招商银行企业文化建设回眸参考文献

<<商业银行企业文化>>

章节摘录

第一章 商业银行企业文化概述 从广义上讲,凡是有人活动的地方,就会形成文化。企业文化是文化的有机组成部分,所谓企业文化,是指企业在长期经营管理实践活动中形成的并被企业员工普遍认同和遵循的价值观念、经营理念、思维方式、行为准则、作风习惯、精神风貌及企业外部形象的总和。

商业银行企业文化是企业文化大家族中的有机组成部分,它既有自己所独有的内涵,也具备企业文化的普遍特征。

因此,在具体谈论商业银行企业文化之前,必须首先了解企业文化的基本特征。

按照由内到外的顺序来划分,企业文化大致可划分为观念层、制度层与行为层三个层面。观念层是指企业的价值理念与目标愿景,是支撑起企业精神世界的骨架,也是一家企业区别于其他企业的最为核心的内容;制度层是指在企业价值观的指导下所制定出来的规章、制度、条约等具体的规定性内容,它是企业精神的固化,当然也会随着企业精神理念的更新而相应地发生改变;行为层包括企业的外在形象,员工的穿着打扮、举止谈吐等呈现在公众面前的那一部分内容,内容决定形式,企业的行为层就是企业内在修炼的外在表现。

显然,企业文化的观念层决定着制度层与行为层,相应的制度层与行为层会反作用于观念层。

企业文化首先是一个认识的问题,如果企业本身没有明确的理念,只是简单地借鉴他人的做法,或是聘请咨询公司,都将无济于事;如果认识清楚了,自然会有相应的思路去建设本企业独特的文化。

当然,企业文化建设本身也殊非易事,将理念固化为制度,最后演变为外在的自觉行为,不经过艰苦卓绝的努力则难以达成。

因此,在本书里,我们将理念与行为并重,既注重阐述企业文化形成的来龙去脉,也花费大量笔墨将文化建设途径尽量描述清楚,给读者提供理论启发与实践借鉴。

这也是本书的写作宗旨。

企业文化的本质是什么?

它是怎样兴起的?

为什么企业文化成为关注的热点?

置于中国化的环境中,企业文化有哪些文化渊源与本土特点?

我们将从国际化的空间视角与历史化的时间视角来双重审视企业文化,并对商业银行的企业文化作一些具体介绍。

.....

<<商业银行企业文化>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>